

### 국내 최고의 종합 에너지 마케팅회사로 거듭나겠습니다



최초의 고품격 주유소 KAZEN

#### 회사 소개

지난 64년 부산을 근거지로 설립된 우리나라 최초의 민간정유회사인 극동정유의 지분 50%를 인수하며 93년 7월 정유업계에 신규 진입한 현대오일뱅크([www.oilbank.co.kr](http://www.oilbank.co.kr))는 지난 99년, UAE의 IPIC社로부터 5억불 규모의 대규모 외자유치를 성사시키며 국제적인 경쟁력을 갖춘 정유회사로 발돋움하고 있다.

현대오일뱅크는 업계 최초로 '오일뱅크'라는 새로운 주유소 브랜드를 도입, 고객들이 주유소를 생활중심의 편안하고 쾌적한 분위기를 느끼며 사랑받을 수 있도록 하는 등 획기적인 서비스의 변화를 주도하며 석유시장의 선진화에 기여해 왔으며, 최근 초저유황 경유 'Purex'와 고품격 주유소 'Kazen' 등의 브랜드를 런칭하며 명실상부한 브랜드 마케팅을 정유업계에 불러일으키고 있다.

현대오일뱅크는 지난 95년, 일산 11만 배럴에 불과했던 정제능력을 31만 배럴로 과감하게 확충하고 외자유치와 동시에 전국 2천 3백여개의 주유소를 확보함으로써 생산과 유통면에서 시장 경쟁력을 확보했다.

현대오일뱅크는 지난 2002년 기준으로 5조3천960억원의 매출을 기록하고 있고 하루 생산능력 31만 배럴, 주유소 2천3백여개, 경질유 시장점유율 20%대를 차지하고 있으며 최근

강력한 구조조정을 통한 최고 경쟁력을 가진 종합 에너지 마케팅회사로 탈바꿈을 시도하고 있다.

### 고객 중심의 가치창출

현대오일뱅크는 고객중심의 가치창출을 통한 고객만족 서비스의 극대화를 마케팅의 기본 목표로 정하고 주유소를 단순히 기름만 넣는 곳이 아닌 종합적인 생활문화 공간으로 소비자들이 이용할 수 있도록 다양한 카드마케팅과 유외사업을 실시하고 차별화된 이벤트를 고객에게 지속적으로 제공함으로써 시장 경쟁력에서 우위를 점해 나가고 있다.

현대오일뱅크는 2천여개의 전국 주유소망에 전산망 구축을 완료하고 주유소 보너스 카드와 신용 카드 등 카드마케팅을 통해 보다 저렴한 가격으로 소비자들의 가계부담을 줄여 주는 가격할인 서비스를 비롯한 각종 실질적인 혜택을 제공하는 등 고객 서비스에 전사적 역량을 기울이고 있다.

특히 출시 이후 현재까지 약 300만명 이상의 회원수를 기록하고 있는 주유소 카드인 오일뱅크 보너스카드는 사용 포인트에 따라 국내 항공권에서부터 배터리 무료 교환(상품권), 각종 생활용품에 이르기까지 고객들에게 알차고 다양한 혜택을 제공하고 있다.

또한 자체 보너스 카드외에도 국내 대형 카드사와 전략적 제휴를 통해 고객들에게 다양한 주유할인 서비스를 제공하고 있는데 현재 현대, 삼성, 외환, 축협비자, 국민 PASS, 한빛카드사 등 각종 카드사와 제휴하여 총 1천만명 이상의 카드회원들에게 가격할인 혜택을 제공해 고유가 시대 고객들에게 큰 사랑을 받고 있다.

### Fill It, Feel Better!

현대오일뱅크는 'Fill It, Feel Better'라는 슬로건 아래 고객에게 기름의 품질 그 이상의 만족을 제공하겠다는 의지를 가지고 다양한 마케팅 활동을

진행하고 있다.

고객들에게 가장 가깝게 다가가고자 2003년부터 웰컴 캠페인을 전개하고 있으며, 이는 경쟁사와는 차별된 현대오일뱅크의 친절 서비스를 고객들에게 제공함으로써 고객들이 현대오일뱅크를 찾을 때마다 석유제품 이외에 더 많은 가치를 느끼게 하고자 함이다. 웰컴 캠페인은 주유소 현장에서의 서비스 수준을 표준화시키고 한 단계 높이기 위해 서비스 매뉴얼을 제작, 전국 주유소에 배포하고, 이름표 명찰 모자 주유원복 등의 물품 지원을 진행했다. 뿐만 아니라 서비스 모니터링을 실시하여 주유소 현장의 서비스 수준을 지속적으로 평가하고 그 결과를 주유소에 알려주고 포상을 실시하는 등 개선을 유도하며, 지속적인 교육 프로그램을 전개함으로써 서비스 수준의 지속적인 개선을 진행하고 있다.

### Kazen과 Purex

정유시장에서의 경쟁이 심화됨에 따라 강력한 마케팅 드라이브로써 현대오일뱅크가 발 빠르게 선도하고 있는 것이 브랜드 경쟁이다. 이미 현대오일뱅크는 '오일뱅크'라는 주유소 브랜드를 정유시장에 처음으로 선보인 바 있다.

2004년 10월 초저유황경유 브랜드인 Purex를 선보이고, 또 다시 세계 최초의 고품격 주유소 Kazen을 성공적으로 런칭함으로써, 환경에 대한 관심이 어느 때보다 높은 현 경영상황에 능동적으로 부응함은 물론, 날로 높아지는 소비자의 품질 기대치를 만족시키고 있다.

주유소도 이제는 브랜드 시장으로 변했고, 이와 함께 서비스와 품질에서의 경쟁력 확보가 영업에서의 중요한 변수가 되었다. 이에 현대오일뱅크는 고품격 주유소 Kazen과 초정유황 경유 Purex를 통해 주유소 품질 경쟁에서의 우위를 지속해 나갈 것이다.

## 회원사 소개

### 오일뱅크 스포츠 마케팅

스포츠 마케팅 측면에서도 현대오일뱅크는 지난 95년, 국내 최초로 카레이싱팀 '오일뱅크팀'을 창단하고 후원해 모터 스포츠의 불모지인 우리나라에 새로운 바람을 불러 일으키며 국내 모터스포츠의 선도적인 역할을 하고 있다.

오일뱅크 레이싱팀은 그동안 한국 모터챔피언십 시리즈(KMRC) 정상에 위치하는 급자탑을 쌓는 등 창단 이래 온로드 써키드 경기중 최상위 종목에서 창단 원년을 제외하고 줄곧 우승을 차지해 국내 최고의 레이싱팀으로 자리잡고 있다.

또한 현대오일뱅크는 자사가 생산하는 최첨단 제품을 그대로 레이싱팀에 적용함으로써 생산제품 품질에 대한 대내외 홍보는 물론 더욱 향상된 신제품 개발에 카레이스를 적극 이용하고 있다.

현재 한국모터챔피언십 시리즈에 출전하고 있는 차량의 80% 가량이 현대오일뱅크에서 생산된 고급 제품을 사용하는 것으로 조사된 것 처럼 고도의 스피드와 탄력을 요구하는 카레이스 무대에 밀착된 기술공조를 통해 기술력을 향상시키고 있다.

관객의 눈에 직접 보이지는 않지만 최대 350 km/h의 속도와 순간 최대 9,000 RPM까지 내야 하는 레이스 차량에 있어 최적의 엔진 출력과 성능을 발휘할 수 있도록 하는 고급 휘발유 부문에서도 현대오일뱅크가 치열한 기술력 경쟁을 펼치고 있다.

이처럼 스포츠 자체가 가지고 있는 고유의 감동과 가치를 고객과 잠재고객들이 직접 느끼고 경험할 수 있도록 하고 이를 그대로 기업과 고객의 마케팅 커뮤니케이션에 연결시키는 스포츠 마케팅을 통해 기업의 이미지와 마케팅을 제고한다는 전략이다.

### 수익성 위주의 내실경영에 중점

현대오일뱅크는 최근 국내 정유시장의 치열한 경쟁지속과 환율의 불안정, 고유가 등 갈수록 정유사

가 생존하기 위한 조건이 악화될 것으로 전망하고 새로운 환경변화에 적극적인 대응을 위해 조직 슬림화, 수익성 위주의 내실 경영에 전사적인 구조조정 노력에 최대한 역량을 기울일 방침이다.

이러한 대내외적인 국내 정유업계의 어려운 여건을 극복하고 보다 수익성 있는 회사로 거듭나기 위한 일환으로 임직원 모두가 참여한 가운데 경영혁신과 대변혁을 선포하고 경쟁력있는 회사로 거듭나기 위해 전사적인 노력을 기울이고 있다.

현대오일뱅크의 구조조정 노력은 그동안 외형 위주의 성장 전략에서 과감히 벗어나 주주 및 투자자의 가치를 중시하고 회사의 모든 역량을 생산성 향상과 수익성 위주로 집중하는 것으로 집약된다.

특히 현대오일뱅크는 정제마진과 운영비용 등을 기본으로 추정손익을 매월 산정해 공장 가동률을 신속적으로 조절하는 등 무엇보다 수익성 위주의 경영을 정착시켜 나갈 방침이다. 즉 강력한 구조조정 실행과 효율적인 新경영 시스템 구축을 통해 무엇보다 저비용 고효율의 수익성 있는 정유회사로 거듭나는 것이다.

### 석유산업의 수직계열화

현대오일뱅크는 지난 97년 벤젠, 파라자일렌 등 석유화학의 기초원료를 생산할 수 있는 연산 40만 톤 규모의 BTX공장 건설에 완공함으로써 사업다각화에도 적극 나서고 있다.

지난 96년 4월에 착공, 모두 2천5백억원이 투입되어 완공된 현대오일뱅크의 연산40만톤 규모 BTX공장은 미국 석유화학 업체인 UOP사의 기술 도입으로 건설되어 폴리에스터 원료인 고순도 파라자일렌(P-Xylene)을 주로 생산하고 상대적으로 부가가치가 낮은 톨루엔(Toluene)의 생산을 하지 않으므로써 생산원가 및 공장가동 효율에서 국제적 경쟁력을 확보하고 있다.

**환경 최우선의 환경 진화 기업**

현대오일뱅크는 환경에 대한 사회적 책임을 다하고 회사의 환경능력이 지역사회에 활용될 수 있도록 한다는 환경경영방침을 수립하여 대표이사를 정점으로 하는 환경관리조직을 구성, 모든 기업활동이 환경친화적 측면에서 이루어질 수 있도록 하고 있다.

이러한 환경우선 정책은 업계최초로 ①Clean Energy 생산시설인 중질유분해시설을 건설하고, ②정유공장 가동에 따라 발생하는 폐수처리를 위하여 미생물에 의한 폐수처리시설을 설치하여 정유공장 폐수처리의 개념을 바꾸었으며, ③공장가동에 따른 토양오염의 예방과 조기 발견을 위한 지하수 감시망설치 등을 통한 실천으로 옮겨지고 있다.

또한 생산활동에 따른 환경오염을 최소화하기 위해 폐기물, 대기 및 수질오염물질에 대한 발생량 저감(Reduce), 재사용(Reuse), 재순환(Recycle)을 뜻하는 3R 운동을 적극 추진하고 저공해 Clean Energy의 지속적인 개발을 통해 쾌적한 환경을 유지하여 자연과 인간의 미래를 풍요롭게 할 수 있도록 최선의 노력을 기울이고 있다.

이러한 환경 경영방침을 2002. 7월 선포된 기업윤리강령에 포함시켜 전직원이 기업활동을 함에 있어서 환경을 먼저 생각하도록 하는 장치를 마련하고 있다.

대표적인 투자계획은, 자동차로 인한 대기오염을 저감할 수 있도록 약 2000억원을 투자하여 자동차연료인 휘발유 및 경유의 황을 제거하는 연료유탈황시설을 건설할 예정으로, 이 시설이 완공되면 연료유 중의 황함량이 휘발유는 50ppm 이하로, 경유는 30ppm 이하로 저감되어 자동차의 오염물질 발생 저감에 크게 기여할 것이다.

이러한 환경중심경영의 결과, 현대오일뱅크는 환경경영(ISO14001) 인증을 획득하고, 기업체의 환경관리 수준과 에너지사용 효율성을 평가하여 수여하는 녹색에너지기업대상을 2년 연속 수상하는 등

명실공히 환경기업임을 대내외에서 인정하고 있다.

**활발한 경영혁신운동**

현대오일뱅크는 과거 공급자 중심의 정유업체가 소비자 주도의 시장상황으로 빠르게 변화하는 상황에 빠르게 적응하고 시장경쟁력을 제고하기 위해 끊임없는 경영혁신운동을 지속적으로 전개하고 있다.

전 임직원이 주인의식(Ownership)과 열정(Passion)을 갖고 자신의 일을 즐기며 (Enjoy), 항상 새로움(New)을 추구한다는 의미의 'OPEN 2005'가 대표적이다. 경영효율화를 위해 저비용 고효율의 조직구조를 제시하며 그 동안 외형 위주의 성장전략에서 벗어나 주주와 투자자의 가치를 중시하고 회사의 모든 역량을 생산성 향상과 수익성 위주로 집중하는 구조조정을 지속적으로 펼치고 있다.

과거 문서 결재 문화를 이메일 결재 시스템으로 전환하는 등 사내 전반에 커뮤니케이션 문화가 급속히 바뀌고 있다. 여러 부서가 관련된 업무에 대해 소속팀장이 아닌 여러 팀장에게 동시에 결재와 의견을 구하는 매트릭스(Matrix) 조직이 활성화한 것도 사내 커뮤니케이션 변화의 특징이다.

회의문화에서도 매주 영업, 생산 등 전국 각 사업장에 근무하고 있는 임원들이 본사인 서울사무소로



공장전경

## 회원사 소개

직접 오지 않고도 전화를 통해 동시회의가 가능하도록 컨퍼런스 콜 시스템을 도입해 업무효율을 높이고 있다.

최고경영자가 점심시간을 이용해 직원들과 도시락 미팅을 하며 임직원들의 건의사항, 애로사항 등을 직접 듣거나 부서 내 매월 정기적인 모임을 통해 팀원 간 자유로운 브레인스토밍을 통한 액션러닝(Action Learning) 제도도 시도하고 있다.

이와 함께 생산, 영업, 관리 등 팀장에서 말단 사원에 이르기까지 계층별 대표 자로 구성된 CLT(Change Leadership Team)팀을 조직해 계층별로 동료직원들이 가질 수 있는 제안과 문제의식 등을 수렴해 매월 열리는 본부장 회의에 참석, 수렴된 의견을 회사 의사결정에 반영하고 있다.

이러한 지속적인 경영혁신운동의 결과로 2004년 10월, 3개 신용평가사가 현대오일뱅크의 신용등급을 3단계 상향 조정함으로써 경영 성과를 객관적으로 인정하였고 아울러 주주 및 투자자들에 대한 경영 신뢰도와 긍정적 경영 전망을 확인하였다.

### 윤리경영

현대오일뱅크는 지난 2003년 초 CEO를 위원장으로 하고 각 본부장 및 인사부문장을 운영위원으로 하는 '윤리위원회'를 발족하고 윤리경영을 더욱 강화키로 했다. 현대오일뱅크 윤리위원회는 회사의 윤리경영에 대한 체계적인 관리와 임직원 윤리강령과 관련한 중요정책 결정, 윤리강령의 유권해석과 윤리규범에 저촉되는 행위에 대한 감독과 감사 기능을 맡게 된다.

지난해 말, 직원 상호간 존중 고객보호, 공정한 경쟁, 청탁 배격과 원칙 준수 등 윤리강령을 선포하며 임직원이 지켜야 할 행동규범을 사규로 만들어 이미 시행하고 있는데 이번 위원회 발족으로 전사적인 윤리 경영이 더욱 활성화될 전망이다.

또한 사내 인트라넷을 통해 윤리규범과 관계되는

모든 내용을 사내 임직원들과 공유하고 내부제보제도 시행과 임직원들이 윤리경영에 대한 다양한 의견을 제기할 수 있도록 사내 커뮤니케이션을 더욱 강화할 예정이다.

이 윤리위원회 발족과 윤리강령 시행에 따라 회사의 최고 경영자도 사소한 접대비까지 경영지원본부장에게 확인 받는 등 솔선수범에 나서고 있다.

또한 고객이나 거래처로부터 선물이나 향응 등의 부당한 경제적 이익의 수수행위가 금지되고 협력업체들을 대상으로 깨끗한 거래를 강조하는 등 윤리경영이 하나의 기업문화로 정착되고 있다.

'기업의 윤리는 어떤 가치와도 바꿀 수 없는 중요한 경영철학'이라며 '윤리경영이 추구하는 가치는 궁극적으로 고객, 직원, 주주, 협력업체, 지역사회 모두가 함께 성장과 가치를 나누는 것'이라고 선언하고 있다.

### 사회공헌

현대오일뱅크(www.oilbank.co.kr) 기업의 이익과 성장을 고객들과 함께하기 위해 각종 다양한 사회 복지 및 사회공헌 활동에도 많은 노력을 기울이고 있으며 이러한 기업의 사회적 책임과 공헌 활동을 회사의 비전 내용 중에 명시하고 있다.

즉 '우리의 자부심은 고객, 종업원, 주주, 환경 그리고 사회적 가치증진에 기인한다.'는 것으로 회사는 사회공헌활동을 윤리경영의 실천 과정으로 인식하고 사회 공익적인 다양한 활동들을 펼치고 있다. 전사 공모를 통해 '오일뱅크 희망 플러스'라는 사회공헌 브랜드를 확정하고 전임직원과 회사가 전략적으로 사회공헌 활동에 일익을 담당토록 진행하고 있다.

사회 공헌 활동을 'Save the Children & the Youth', 따뜻한 온정 나누기, 환경 개선, 지역사회 봉사 등 크게 4가지 축으로 나누고 다양한 봉사활동 및 구호기금 제공 등 기업의 사회적 책임에 많은 노력을 기울이고 있다.

우선 'Save the Children & the Youth'의 경우 미래 사회를 이끌어갈 불우 아동이나 어린이, 청소년 등을 대상으로 이들이 희망을 가지고 다시 일어서 수 있도록 다양한 지원을 하고 있고, 이의 일환으로 회사에서는 약 3백만명에 달하는 자사 보너스 카드 고객과 함께 UNICEF(United Nations International Children's Emergency Fund) 기부 프로그램을 진행하고 있다. 아울러 현대오일뱅크는 백혈병, 소아암으로 투병하는 어린이를 돕기 위해 고객들의 적립 보너스 포인트와 회사가 고객들의 기부 포인트와 동일한 금액을 정기적으로 이들을 돕기 위한 후원금으로 제공하고 있다.

'따뜻한 온정 나누기'의 경우 회사는 독거 노인, 장애인, 소년소녀 가장 등 생활형편이 어려운 이웃들에게 회사가 생산하는 난방유 등 무료 지원하고 대구 지하철 참사, 태풍 매미 수재민 돕기 등 사회적으로 예기치 못한 불의의 사고로 고통 받고 있는 이웃을 위해 적극적인 모금활동과 헌혈증서 모으기 캠페인 등을 펼치고 있다.

또한 '환경 개선'의 경우는 1社1山 가꾸기 운동을 정기적인 캠페인으로 연중 펼치고 있으며 치어방류 사업, 인근 지역 삼길포, 팔봉산 가꾸기 운동 등 전 임직원들이 자발적으로 참여하는 자원 봉사활동 프로그램을 통해 다양한 환경보호 운동을 펼치고 있다. 뿐만 아니라, 사내 스킨스쿠버, 산악 동호회를 중심으로 서산 바다 살리기 운동과 해양 오염 방지 활동, 수중 정화 활동을 지역 사회 및 인근 회사들과 공조체계하에 전개하고 있으며 조난 및 인명 구조활동에도 적극 참여중이다.

'지역사회 봉사활동'의 경우는 대산공장 내 최신식 설비를 갖춘 홍보관을 개관해 지역사회 학생들의 수학여행 및 산업시찰 코스로 활용하고 지역민들의 초청, 견학 및 간담회를 지속적으로 가지며 지역민과 유대강화에 힘쓰고 있으며 또한 공장 인근 지역 농민들이 생산한 쌀을 전량 구매하여 지역 인근 불우이웃에게 기부하는 것을 비롯해 인근 주민의 장례 지원사

업, 환경연합 포럼 지원, 지원 숙원사업 지원 등 다양한 사회참여 화룡을 펼치며 회사와 고객, 지역민이 함께 성장하는 기업으로 자리매김 하고 있다.

이외에도 현대오일뱅크는 임직원의 월급 중 1천 원 미만의 자투리 금액 모으기 캠페인, 임직원이 자발적인 참여를 통해 운영하는 야학에 운영비 지급, '사랑의 집짓기' 지원 등 다양한 활동을 진행하고 있는데 앞으로도 기업의 사회적 책임을 다하고 고객과 함께 성장하는 기업, 윤리적으로 존경받는 기업을 위해 회사 차원에서 다양한 사회공헌 활동 프로그램 및 예산을 확보해 운영해 나갈 예정이다.

**연 역**

1964.	11	석유유정제업허가 획득 극동석유공업주식회사로 설립등기
1965.	12	부산공장 준공
1966.	3	상업가동 개시
1968.	8	M.E.K 시설 준공
	9	영국 ROYAL-DUTCH SHELL 석유(주)와 합작투자계약
1969.	1	극동석유주식회사로 상호 변경
1977.	5	극동석유주식회사로 상호 변경
	6	ROYAL-DUTCH SHELL 석유(주)와 합작 투자 계약
1978.	8	원유처리 일선 1만배럴 시설 준공
1981.	1	원유처리 일선 6만배럴 증설허가 취득
1982.	7	중질유 수첨분해시설 허가 취득
1984.	12	미국GETTY OIL COMPANY와 합작 투자
1988.	7	윤활기유 정제시설 증설허가 획득
	8	극동정유주식회사로 상호 변경
	11	일선 6만배럴 상업중류시설 가동개시
1989.	6	환경보전유류 환경청장 표창 수상
	7	원유처리 일선 10만배럴 증설허가 취득
	1	대산공장준공 (대통령표창 수상)
1992.	6	일선 11만배럴로 정제능력 현실화
1993.	6	대표이사 심현영사장, 대표이사 정몽혁부사장 취임
	7	현대정유주식회사로 상호 변경
	8	원유처리 일선 20만배럴로 정제시설 변경허가 취득
1994.	4	현대그룹 주력기업으로 선정
	6	OILBANK 탄생
1995.	12	대표이사 정몽혁사장 취임
1996.	5	일선 20만배럴 정제시설 완공
1997.	12	무역의날 수출 10억달러 달성 대산공장 연산 40만톤 규모 BTX공장 완공
1998.	9	한화에너지 지분인수 합의
	10	IPIC 5억달러 외자유치 합의
1999.	4	한화에너지 인수 최종계약 체결
	9	한화에너지 인수 및 한화에너지프라이즈(주) 합병
	12	아랍에미리트(UAE) IPIC사로부터 외자유치 업계최초 안전.보건경영시스템(KOSHA2000) 인증
2000.	1	현대그룹으로부터 계열분리
	4	공정거래위원회로부터 재계13위 기업집단으로 지정
2001.	12	서영대 부사장 선임
2002.	4	현대오일뱅크(주)로 상호변경 서영대 대표이사 사장 취임
	7	비전선포식 및 윤리강령 선포
2003.	11	서영대 사장 에너지철약 금탑산업훈장 수상